BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Industri otomotif di Indonesia terus bertumbuh seiring meningkatnya perekonomian dan naiknya minat konsumen terhadap otomotif di masyarakat khususnya untuk memiliki sepeda motor. Dengan meningkatnya minat konsumen dalam memiliki sepeda motor, maka kebutuhan servis juga akan ikut meningkat.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam produksi kendaraan bermotor roda dua adalah PT. Astra Honda Motor. Semakin pesatnya pertumbuhan jumlah kendaraan roda dua tersebut mempengaruhi beberapa pihak usahawan untuk mengambil peluang dan menjadikannya usaha yaitu dalam bidang servis kendaraan roda dua. Bengkel AHASS merupakan satu dari sekian banyak bengkel resmi Honda yang ada di daerah Sidoarjo, maka dengan banyaknya bengkel yang didirikan, tingkat persaingan antar bengkel untuk mendapatkan pelanggan akan terjadi. Dengan demikian bengkel AHASS harus dapat meningkatkan dan mempertahankan serta mengembangkan pelayanannya untuk meningkatkan loyalitas dari pelanggan.

Saat ini masyarakat semakin kritis dalam menilai suatu kualitas pelayanan, ini disebabkan oleh semakin tingginya tingkat kesadaran akan hak untuk memperoleh fasilitas dan pelayanan sebaik-baiknya, kesadaran itu sangatlah tinggi dalam lingkup pelayanan servis sepeda motor, hal ini dikarenakan Ahass merupakan bengkel terpandang dengan pelanggan yang banyak. Oleh karena itu

untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan sudah terpenuhi dengat baik atau belum, maka perlu dilakukan survei secara langsung terhadap pengguna layanan jasa perusahaan yang dalam penelitian ini adalah jasa bengkel.

Kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi loyalitas konsumen. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Sampara, 2014:5). Pelayanan dengan kualitas tinggi yang diberikan sangat mempengaruhi konsumen pada perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas terhadap layanan yang diberikan maka konsumen akan menciptakan niat pembelian pada konsumen. Kualitas layanan merupakan faktor penting, adapun variabel-variabel yang termasuk di dalamnya adalah bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). (Tjiptono, 2015:33). Keandalan merupakan suatu kemampuan dalam memenuhi janji dalam pelayanan akan terkait dan mencerminkan kredibilitas perusahaan dalam pelayanan.

Keandalan berkaitan dengan kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu dengan demikian keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan tingkat keberhasilan. Daya tanggap merupakan pelayanan, kemampuan untuk segera mengatasi kegagalan secara profesional dapat memberikan persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan.

Bukti fisik merupakan penampilan fisik pelayanan, kayawan dan komunikasi akan memberikan warna dalam pelayanan. Tingkat kelengkapan peralatan atau teknologi yang digunakan akan berpengaruh pada pelayanan. Dalam hal ini sejauh mana perusahaan memfasilitasi sarana komunikasi sebagai upaya untuk memberikan kemudahan dalam pelayanan adalah hal yang tidak terpisahkan. Empati merupakan jaminan yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan pelanggan. Persoalan dan masalah dapat muncul dan sejauh mana tingkat kepedulian untuk menyelesaikan masalah, mengerti kemauan dan kebutuhan pelanggan dapat direalisasikan.

Selain kualitas pelayanan, kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam mempengaruhi loyalitas konsumen.Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2015:65). konsumen, yang merasa di puaskan oleh suatu produk/ servis maka dia akan ingat dan ingin kembali ke produk/servis yang sama di kemudian hari.

Penelitian ini dilakukan di bengkel Ahass Waru Jaya Motor II yang merupakan salah satu lokasi tempat bengkel AHASS yang memiliki kesibukan tinggi dan memiliki konsumen yang banyak. Hal ini juga disebabkan karena Bengkel AHASS Waru Jaya Motor II berada dipinggir jalan raya. Oleh karena itu, dalam usaha melayani kebutuhan pelanggan, Bengkel Resmi Honda di bengkel Ahass Waru Jaya Motor II selalu ingin meningkatkan kualitasnya. Dengan banyaknya kompetitor yang bergerak di bidang yang sama membuat bengkel Ahass Waru Jaya Motor II harus dapat mempertahankan pelanggan, serta mengurangi keluhan dari pelanggan mengenai pelayanan di bengkel Ahass Waru Jaya Motor II.

Berdasarkan latar belakang diatas timbul keinginan peneliti untuk mengambil judul skripsi "Pengaruh *service quality* dan kepuasan konsumen Terhadap *customer loyalty* di bengkel Ahass Waru Jaya Motor II".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* di bengkel Ahass Waru Jaya Motor II?.
2. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap *customer loyalty* di bengkel Ahass Waru Jaya Motor II?.
3. Apakah *service quality* dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap *customer loyalty* di bengkel Ahass Waru Jaya Motor II?.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* di bengkel Ahass Waru Jaya Motor II.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap *customer loyalty* di bengkel Ahass Waru Jaya Motor II.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *service quality* dan kepuasan konsumen terhadap *customer loyalty* di bengkel Ahass Waru Jaya Motor II.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yakni manfaat teoritis maupun manfaat praktis antara lain :

1. Manfaat teoritis

   penelitian ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu pemasaran yang lebih dikhususkan untuk *service quality* dan kepuasan konsumen terhadap *customer loyalty*.

2. Manfaat praktis

   Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai evaluasi pada peningkatan pelayanan sehingga diharapkan nantinya akan berpengaruh terhadap *customer loyalty*.

   Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan untuk meneliti lebih lanjut dengan menggunakan variabel lain.